

**PENGARUH *MALL ENVIRONMENT*, *MALL VALUE*, *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**OLEH:**  
**ENGGAR GUMILANG**  
**3103013246**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2018**

**PENGARUH *MALL ENVIRONMENT, MALL VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**ENGGAR GUMILANG**

**3103013246**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2018**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### **PENGARUH *MALL ENVIRONMENT*, *MALL VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Oleh:

**Enggar Gumilang**  
**3103013246**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati SE., M.Si  
NIK. 311.98.0361

Tanggal: 6 Juli 2018

Pembimbing II,



Julius F Nagel, Drs., S.Th., MM  
NIK.311.91.0180

Tanggal: 6-7-2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Enggar Gumilang NRP: 3103013246.

Telah diuji pada tanggal 24 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si  
NIK. 311.95.0228

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Enggar Gumilang

NRP : 3103013246

Judul Skripsi : Pengaruh *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfacton* Terhadap *Customer Loyalty* Di Tunjungs Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Juli 2018

Yang menyatakan,



(Enggar Gumilang)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Di Tunjungan Plaza Surabaya”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Adapun dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis tak lupa menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen
3. Ibu Veronika Rahmawati SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Julius F Nagel, Drs., S.Th., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

6. Seluruh Dosen dari Konsentrasi Manajemen Ritel, yang telah memberikan ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, yang telah memberikan seluruh ilmunya dalam masa perkuliahan.
8. Kepada Papa, Mama, dan Mama Dyahyang telah menyisihkan waktunya, memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
9. Erlangga Gumilang, Elgar Gumilang, Annisa Zaraswati, dan GaluhAninditaRachmadyah sebagai kakak tertua bagi penulis yang selalu mendukung dan memberikan bantuan saat penulis membutuhkan.
10. Nadya Chandra Rachmadhany yang telah setia menemani, mendoakan, mendukung, dan selalu memeberikan semangat dari awal pengerjaan skripsi hingga akhir tanpa mengeluh dan selalu tersenyum dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis saat mengerjakan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman penulis, terutama Mey Sally, Nathan, Ivan, Stanley mahasiswa seperjuangan jurusan manajemen yang selalu mendukung dan senatiasa mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan manajemen angkatan 2013 yang selalu mendukung dan membantu satu sama lain untuk menyelesaikan tugas akhir.
13. Seluruh teman-teman *Basecamp* Banyu Urip 23, yang senantiasaa menghibur penulis disaat penulis sudah merasa putus asa dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Semua pihak yang bersangkutan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu kelancaran jalannya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 6 Juli 2018

Enggar Gumilang



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> -----	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> -----	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> -----	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> -----	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> -----	v
<b>DAFTAR ISI</b> -----	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> -----	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> -----	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> -----	xiv
<b>ABSTRAK</b> -----	xv
<b>ABSTRACT</b> -----	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> -----	1
1.1. Latar Belakang Masalah -----	1
1.2. Rumusan Masalah -----	5
1.3. Tujuan Penelitian -----	6
1.4. Manfaat Penelitian -----	6
1.5. Sistematika Penulisan -----	7
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> -----	9
2.1. Penelitian Terdahulu-----	9
2.2. Landasan Teori-----	9
2.2.1. <i>Stimulus-Organism-Response</i> -----	11
2.2.2. <i>Customer Loyalty</i> -----	13
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> -----	15
2.2.4. <i>Mall Value</i> -----	17

2.2.5. <i>Mall Environment</i> -----	24
2.3. Pengaruh antar Variabel -----	26
2.3.1. Pengaruh <i>Mall Environmetn Terhadap Mall Value</i> -----	26
2.3.2. Pengaruh <i>Mall Environment Terhadap Customer Satisfaction</i> -----	26
2.3.3. Pengaruh <i>Mall Environment Terhadap Customer Loyalty</i> -----	27
2.3.4. Pengaruh <i>Mall Value Terhadap Customer Satisfaction</i> -----	28
2.3.5. Pengaruh <i>Mall Value Terhadap Customer Loyalty</i> -----	29
2.4. Model Penelitian -----	30
2.5. Hipotesis -----	31
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> -----	32
3.1. Desain Penelitian -----	32
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian -----	32
3.3. Definisi Operasional Variabel -----	32
3.4. Jenis dan Sumber Data -----	34
3.5. Pengukuran Variabel -----	34
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data -----	35
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ---	36
3.8. Teknik Analisis Data -----	37
3.8.1. Uji Normalitas Data -----	37
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas -----	38
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model -----	39
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural -----	41
3.8.5. Uji Hipotesis -----	41

<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> -----	42
4.1. Karakteristik Responden -----	42
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian -----	45
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall</i>	
<i>Environment</i> -----	45
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall Value</i> -----	46
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer</i>	
<i>Satisfaction</i> -----	47
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer</i>	
<i>Loyalty</i> -----	47
4.3. Uji Asumsi SEM -----	48
4.3.1. Uji Normalitas -----	48
4.3.2. Uji Validitas -----	50
4.3.3. Uji Reliabilitas -----	51
4.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> -----	52
4.5. Uji Kecocokan Model Struktural -----	52
4.6. Uji Hipotesis -----	53
4.7. Pembahasan -----	55
4.7.1. Pengaruh <i>Mall Environment</i> Terhadap <i>Mall</i>	
<i>Value</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	55
4.7.2. Pengaruh <i>Mall Environment</i> Terhadap <i>Custoner</i>	
<i>Satisfaction</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	55
4.7.3. Pengaruh <i>Mall Environment</i> Terhadap <i>Custoner</i>	
<i>Loyalty</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	56
4.7.4. Pengaruh <i>Mall Value</i> Terhadap <i>Custoner</i>	
<i>Satisfaction</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	57
4.7.5. Pengaruh <i>Mall Value</i> Terhadap <i>Custoner</i>	
<i>Loyalty</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	58

4.7.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Tunjungan Plaza Surabaya -----	55
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b> -----	61
5.1. Simpulan -----	61
5.2. Saran -----	62
5.2.1. Saran Akademis -----	62
5.2.2. Saran Praktis -----	62
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang ----	10
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model-----	40
Tabel 4.1. Jenis Kelamin -----	42
Tabel 4.2. Usia-----	43
Tabel 4.3. Frekuensi Kedatangan-----	43
Tabel 4.4. Pekerjaan Saat Ini-----	44
Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Skor -----	45
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall Environment</i> ( $X_1$ )---	45
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall Value</i> ( $X_2$ )-----	46
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ( $Y_1$ ) -----	47
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> ( $Y_2$ )---	48
Tabel 4.10. <i>Test of Univariate Normality for Continuous Variables</i> -----	49
Tabel 4.11. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> -----	49
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas-----	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas -----	51
Tabel 4.14. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> -----	52
Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis-----	54
Tabel 4.20. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> -----	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> -----	12
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian -----	31

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Uji *Structural Equation Modeling*(SEM)
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*, Gambar *Standardized Solution*, Gambar *T-Values*

## **Pengaruh *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Di Tunjungan Plaza Surabaya**

### **ABSTRAK**

Saat kita berbelanja di dalam *mall* bersama kerabat maupun keluarga, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kita untuk berbelanja kembalidan melakukan pembelian secara berulang-ulang padamalltertentu ataubiasa dikenal dengan*Customer Loyalty*. Penelitian ini bertujuan untukmengetahui pengaruh *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction* terhadap*Customer Loyalty*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis*Structural Equation Modeling* (SEM). Obyek dari penelitian ini adalahmereka yang berbelanja di Tunjungan PlazaSurabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Hasil peneltian ini adalah sebagai berikut :

(1) *Mall Environment* berpengaruh positif terhadap *Mall Value*, (2) *Mall Environment* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, (3) *Mall Environment* tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, (4) *Mal Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, (5) *Mall Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, (6) *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

**Kata Kunci:** *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction*, *Costumer Loyalty*.



***The Effect of Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction  
Terhadap Customer Loyalty In Tunjungan Plaza Surabaya***

**ABSTRACT**

*When we shop in the mall with relatives and family, there are several factors that affect us to shop again and make repeated purchases at a particular mall or commonly known as Customer Loyalty. This study aims to determine the influence of Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction to Customer Loyalty. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique. The object of this research are those who shop at Tunjungan Plaza Surabaya, with the number of samples of 150 respondents. The results of this study are as follows: (1) Mall Environment positively influence on Mall Value, (2) Mall Environment positively influence on Customer Satisfaction, 3) Mall Environment has no effect on Customer Loyalty, (4) Mall Value positively influence on Customer Satisfaction, (5) Mall Value positively effect on Customer Loyalty, (6) Customer Satisfaction positively effect on Customer Loyalty.*

**Keywords:** *Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction, Costumer Loyalty.*